

Transcrita por [TurboScribe.ai](https://www.turboscribe.ai). y posteriormente editada para mejorar la inteligibilidad.

Estamos con xxxxx, editor/a del medio xxxx.

Hablante 1

¿Cómo describiría el estado actual de las libertades de expresión y de prensa en el país?

Hablante 2

Normalmente uno busca compararse con lo que ocurre en otros países de la región. Países cercanos tienen situaciones mucho más complicadas. Entonces, en ese sentido, yo diría que hay un espacio relativamente aceptable para el ejercicio del periodismo, pero que tiene unas limitaciones como el acceso a la información. Eso es difícil en Panamá. Sobre todo la información oficial.

En Panamá no hay una cultura de la transparencia y eso hace más difícil el trabajo de los periodistas. Está limitada también por la desprotección que tienen muchos periodistas en material laboral, por el uso de la justicia para amedrentar a los periodistas, no sienten su vida amenazada, pero sí sus condiciones materiales, en la medida de las demandas que te puedan poner o las amenazas de que te va a demandar. Eso de alguna forma limita el ejercicio profesional del periodista. La libertad está limitada por otros aspectos que florecen en el momento de mayor tensión social. Si tuviera que hacer una escala del uno al 10 de libertad de prensa, yo te diría estamos como en 7, siendo 10 lo óptimo y uno lo peor. En libertad de expresión, diría que como 6.

Hablante 1

Es decir, que tienen las empresas de medios mayor libertad que los propios ciudadanos...

Hablante 2

Sí, por la masividad...

Hablante 1

Sabemos que los medios se enfrentan a diversos tipos de tensiones respecto a la cobertura de ciertos temas o al manejo de la línea editorial. ¿Cuál es el ambiente en este medio? ¿Confronta tensiones o presiones?

Hablante 2

Transcrita por [TurboScribe.ai](https://www.turboscribe.ai). y posteriormente editada para mejorar la inteligibilidad.

Internamente en la redacción no, en la reacción hay libertad de pensamiento. Pero sí hay presiones externas, no hay una línea interna que limite, pero el contexto condiciona un poco a veces.

Hablante 1

¿Qué o cómo condiciona? ¿Puede explicarme mejor?

Hablante 2

A veces en el tema de algún anunciante, puntual.

Hablante 1

¿Se refiere al retiro de pauta publicitaria?

Hablante 1

No estoy muy seguro si ha habido retiro, pero sí amenaza de retiro sobre todo de la pauta oficial. Se juega mucho con eso, eh? Y no solo recientemente. No es un tema de un partido o de una fuerza política específica, es como una cultura establecida desde quienes ejercen el poder de las instituciones públicas. Siempre ha sido así, te aprieto con más o menos pauta.

Hablante 1

¿Y cómo han manejan esas situaciones cuando se le presentan?

Hablante 2

Nosotros tratamos de llevarlo con bastante sinceridad y claridad con la redacción. Primero con honestidad, segundo cuidando el proceso editorial cuando se trabaja la nota, también discutimos los enfoques. A veces toca temperar un poco. Por otro lado se trata de buscar un contra balance, se hace como un doble esfuerzo para que no haya o no se aprecie ningún sesgo. En el trabajo que se publica no hay sesgo, pero también hay que hacer ese doble esfuerzo para no dar espacio a la crítica externa.

Hablante 1

¿Cuál es el mayor desafío para una empresa periodística hoy en Panamá?

Hablante 1

Como medio de comunicación, la vigencia, mantenerse vigente en relación con cómo se consume la información. Hay un dilema sobre la profundidad versus el

Transcrita por [TurboScribe.ai](https://www.turboscribe.ai). y posteriormente editada para mejorar la inteligibilidad.

clickbait. La inmediatez, buscar las visitas y el tráfico lleva a la superficialidad. Las vistas y el tráfico es lo que tú utilizas desde el punto de vista comercial para vender publicidad. Muchos trabajos de profundidad no tienen esa correlación desde el punto de vista comercial. Entonces tú tienes un equipo investigación o un periodista designado para investigar y que dedica un tiempo amplio a eso y cuando sale el producto que es muy bueno, que revela cosas importantes para la ciudadanía, puede quedar solapado por esta dinámica superficial que hace difícil su sostenibilidad desde el punto de vista comercial... a veces caemos en este tema de concentrarnos más en la generación de tráfico. No estamos publicando perritos, ni gatitos, estamos hablando también generar información, pero no información con la profundidad que quisiéramos.

Otro desafío es la dependencia. No es total, pero la pauta gubernamental es un problema. La comercial también tiene sus limitaciones y contradicciones.

Hablante 1

De sus palabras estoy percibiendo que el desafío es sobrevivir financieramente.

Hablante 1

Sí, lamentablemente eso es clave. Porque e incluso se ha planteado, por ejemplo, mecanismos como de publicaciones comerciales con cierto toque de noticioso.

Y eso es una línea roja bastante seria que nosotros hemos evitado. Pero hay una tentación ahí, a tomar ese camino porque la parte comercial de la empresa está pensando en los números. ¿Cómo hacer que la empresa sea rentable comercialmente? El gran periodismo, muy bueno, es costoso, no es rentable. El desafío es como realmente mantener ese balance.

Hablante 1

¿Cómo se comunican esos equipos? ¿Se comunica la gerencia con la de redacción?

Hablante 2

Sí, sí hay comunicación a nivel de editores y de la dirección del diario. La parte comercial tiene muy poca relación con los periodistas, salvo lo necesario, cuando hay que cubrir un evento desde el punto de vista comercial. Pero que alguien del equipo de ventas o de mercadeo llegue a la redacción y le diga a un periodista X cosa no, eso no ocurre entonces, la comunicación es a nivel directivo.

Hablante 1

¿No hay ese debate interno entonces, de cómo hacer un mejor periodismo y hacerlo rentable?

Hablante 2

Realmente no, no hay un debate, aunque digamos que es una preocupación que está subyacente en las conversaciones que tenemos.

Hablante 1

¿Cómo protegen la independencia editorial? ¿Cómo protegen a sus periodistas para que se sientan en libertad de informar?

Hablante 2

Lo primero es decirles que son libres de criticar. Segundo, que los procesos de edición son siempre en consulta con el periodista. La edición no es una imposición. Es un ejercicio de diálogo y de construcción colectiva. No estamos para censurarlos.

Ellos tienen su agenda. La dirección también tiene la suya, entonces tratamos de que esas agendas estén orbitando más o menos en una misma línea, pero no necesariamente tienen que estar alineados y eso se debe respetar.

Los periodistas pueden proponer pautas, pero está prohibido que participen en cualquier pauta comercial, o que una relación comercial que ponga en cuestión su trabajo.

Ha habido casos y se han resuelto conversando. Tuvimos un periodista que tenía unas redes sociales con cierta cantidad de seguidores y entonces hacía pautas comerciales desde sus cuentas en redes...Evidentemente allí hay un conflicto de intereses, y eso se resolvió conversando, diciendo que eso no lo podía hacer, aunque sea su cuenta personal porque compromete la imagen del diario y la de él mismo como periodista.

También ocurre mucho que gobiernos de distintos países organizan eventos de periodismo como vía para impulsar alguna agenda, y no es malo ir, pero siempre cuidando después lo que se publica porque bueno, cada periodista tiene su corazoncito, con su simpatía, sus intereses, su visión de la sociedad y eso se respeta, pero tiene sus límites. Porque también el diario tiene su propia línea en algunos aspectos, entonces, aunque en algunos momentos se puede alejar de esa línea no puede estar muy lejos.

Transcrita por [TurboScribe.ai](https://www.turboscribe.ai). y posteriormente editada para mejorar la inteligibilidad.

Hablante 1

¿Alguna vez le ha tocado decir esto no se publica?

Hablante 2

Muy poco últimamente, pero antes, hace un par de años, sí.

Hablante 1

¿Qué significa para un periodista decirle a un colega esto no se puede publicar?

Hablante 2

Es como es una especie como automutilación porque es una contradicción de fondo del ejercicio mismo del periodismo, de lo que es un periodista, de lo que es la libertad de expresión. Está todo mal ahí. No hay forma desde el punto de vista profesional defender algo así. Pero es una empresa y hay temas existenciales del mismo medio. Entonces, es comprensible, pero aun así no es aceptable. Eso es un contrasentido para cualquier periodista, pero hay realidades objetivas, políticas y económicas, que no puedes dejar de ver y hay que actuar en función de eso.

Hablante 1

¿Ha notado autocensura en su equipo?

Hablante 2

Yo diría que quizás en este momento no, pero antes sí.

Hablante 1

¿Se negaban o había reticencia a cubrir algunos temas o personajes?

Hablante 2

A algunos no les gustaban ciertas coberturas del gobierno porque era muy difícil mantener una postura crítica. Entonces, para evitar someterse a eso preferían hacer otra cosa y que de eso se ocupara a otro compañero. Afortunadamente, eso se acabó con la nueva la nueva dirección del medio.

También diría que hay una fuerte cultura de autocensura.

Hablante 1

¿Por qué, a qué temen?

Transcrita por [TurboScribe.ai](https://www.turboscribe.ai). y posteriormente editada para mejorar la inteligibilidad.

Hablante 2

Se debe a la condición de vulnerabilidad de los periodistas. Si tu pan depende de contar la verdad, te lo piensas 2 o 3 veces.

Hablante 1

¿Se refiere a las demandas, a la utilización del aparato jurídico para silenciar o al miedo a perder el trabajo?

Hablante 2

A ambas cosas. Primero a perder el trabajo y segundo lo de las demandas, porque normalmente suelen ser demandas civiles contra el medio y contra el periodista. Entonces defenderse implica costos, abogados...la empresa tiene los recursos para defenderse, pero los periodistas no. Normalmente, los medios acompañan al periodista, pero no siempre. Al final la empresa resuelve su situación jurídica, pero el periodista queda a la buena de Dios.

En cuanto al periodismo de investigación eso no nos ha afectado, porque el periodista se cubre con su propio trabajo, cura las investigaciones, las contrasta, tiene todas las fuentes bien blindadas. Pero no todos los periodistas tienen esa esa formación. Entonces, prefieren no meterse en algunos temas.

Hablante 1

¿De las funciones clásicas, informar, educar, entretener y vigilar el poder, ¿cuál es la función principal de este medio?

Hablante 2

En este momento, vigilar el poder.

Hablante 1

¿Cómo vigilan el poder?

Hablante 2

Exigiendo transparencia, explicaciones sobre las decisiones que se toman, cuestionando cómo actúan los funcionarios y también el sector privado, aunque eso ocurre menos, mucho menos. A pesar de que están relacionados desde la dinámica política. Investigando, poniendo en contexto las cosas, ubicándolas en el tiempo, en relación con cosas que han pasado anteriormente. La inmediatez hace que la gente no recuerde.

Transcrita por [TurboScribe.ai](https://www.turbo.scribe.ai). y posteriormente editada para mejorar la inteligibilidad.

Hablante 1

Vigilan al poder informando en profundidad entonces...

Hablante 2

Sí, las funciones no están en compartimientos.

Hablante 1

Por lo que me dice, vigilan al poder haciendo periodismo de investigación. ¿Qué porcentaje de lo que publican es periodismo de investigación?

Hablante 2

No es lo que quisiéramos, pero yo diría que un 50% porque aunque no sea una investigación en profundidad, todo se investiga, aunque queremos que sea más, pero eso ya responde a dinámicas de personal, antes de la pandemia teníamos una plantilla más grande...

Hablante 1

¿Por qué cree que la gente desconfía de los medios? ¿Por qué se ha acrecentado ese fenómeno de hostilidad...? Están abucheando a los periodistas en la calle.

Hablante 2

Tiene que ver con una inconsistencia entre la realidad mediática y lo que la gente ve en la calle y le pongo como ejemplo el tema de la protesta contra la minería. Nosotros no fuimos abucheados ni agredidos. Aunque la línea del medio era pro-mina, en las redes, cuya gestión estaba separada en ese momento, ese daba una cobertura mucho más amplia. Si los otros medios reducían al mínimo las protestas, nosotros poníamos las cosas tal cual, con sus gráficas, en las redes sociales donde estaban los jóvenes. Esa es mi interpretación de ese fenómeno.

Hablante 1

¿Cómo se separó la línea del medio en sus redes sociales?

Hablante 2

Allí hay una historia, una historia un poco particular, pero lo cierto del caso es que nos benefició, porque la gente no nos nos veía como como una amenaza.

Transcrita por [TurboScribe.ai](https://www.turboscribe.ai). y posteriormente editada para mejorar la inteligibilidad.

Cuando hay una diferencia entre lo que pasa y lo que el medio cuenta, la gente se da cuenta. Ahora nosotros hemos balanceado la cobertura con el cambio de dirección.

Lo que plantea el medio es darles voces a todos en general porque las protestas han generado críticas de todos los lados. Cuando hay polarización, un medio balanceado recibe golpes de todos lados. Tú como medio no tienes que defender, juzgar, tomar partido, pero sí contar lo que ocurrió, los hechos. Si no lo haces, entonces aparecen publicaciones en las redes sociales que contradicen y eso genera desconfianza.

Por eso los medios han perdido credibilidad, por no contar ciertas cosas o por maximizar unos enfoques y minimizar otros... eso la gente lo ve, muchas de las críticas y los reclamos a los periodistas no es al periodista que está en la calle reportando, sino a lo que representa, al medio que representa.

Eso es lo que la gente está cuestionando, separar eso a veces cuesta un poco, y obviamente uno siempre es espíritu de cuerpo, si eres o estás con un periodista, tu cierras filas con tus colegas, y dices no, de ninguna manera yo voy a aceptar eso. Pero creo que falta un ejercicio crítico de cómo se están llevando ciertos temas.

Hablante 1

¿Qué cambios o iniciativas consideras necesarios para que haya una mayor libertad de expresión y de prensa en Panamá? ¿Qué debería hacerse?

Hablante 2

Lo primero, mejorar las condiciones materiales de los periodistas porque Panamá es muy chiquito. Si te vas de un lugar no es fácil entrar en otro, eso no es tan sencillo. Yo creo que eso es fundamental, porque en la medida que se garanticen esas condiciones materiales de los periodistas, entonces va a haber menos autocensura y van a estar más dispuestos a sobrellevar las tensiones. Lo otro es que debe haber protocolos más claros en los medios sobre el manejo de la información, de separar la publicidad de la información. Parece como obvio, de periodismo uno punto cero, eso ni siquiera deberíamos discutirlo. Pero los publibreportajes y cosas como esas, que es publicidad pagada, vendida como periodismo, existe y es grave. Por la precariedad laboral, los periodistas caen en eso.

La diversidad también importante, la pluralidad de la información. Diversidad con rigor. También hace falta periodismo local porque los medios grandes están

concentrados en la capital, por cuestiones económicas ya no tenemos corresponsales y eso es una limitación de las historias que se pueden contar. Panamá es un país dominado por su zona de tránsito hasta en el periodismo, y no todo ocurre en la capital.

Lo otro es buscar un mecanismo para incorporar a las audiencias a la discusión interna. Antes las audiencias le escribían a los periodistas, había una mayor interacción. A pesar de las redes, no es así. Habría que incentivar esa participación de los lectores...quizás hay un cambio cultural y ya la gente no siente la necesidad de hacerlo porque va a las redes...van ahí y le escriben directamente al periodista...No sé.

Hablante 1

¿Hay algo que quiera agregar?

Hablante 2

Actualmente hay una preocupación por las dinámicas autoritarias que se están dando en la región. Eso también está pasando en Panamá, hay un aumento tanto del ejercicio autoritario del poder como de la tolerancia de una parte de la ciudadanía a ese ejercicio autoritario. Yo comprendo el fenómeno de la crítica a los medios, comprendo la raíz de ese malestar, pero temo que eso se traduzca en algún tipo de censura avalada por un sector de la población. Eso me preocupa, nos preocupa.

Porque al final es verdad que hay muchos colegas que no están haciendo un trabajo ético. No todo es perfecto. Pero no pueden meter a todo el mundo en el mismo saco. Los que sí estamos haciendo ese trabajo balanceado, riguroso, también vamos a pagar los platos rotos.

Si le pregunta a un periodista le dirá que un tema son los salarios. Es algo que les inquieta muchísimo. Y el multitasking. Los periodistas tienen que grabar, editar, etcétera, etcétera. Eso tiene sus ventajas operativas, eh, pero afecta el rendimiento. Yo diría que afecta hasta la libertad de prensa en la medida en que la cantidad de trabajo impide profundizar, hacer un mejor periodismo. Ya no por autocensura, ni por limitaciones, sino por una cuestión existencial de tus propias capacidades humanas. Porque tienes que rendir y eso sobre todo desde el punto de vista digital que depende de números, ya no es el impacto que tenga una nota, que conseguiste que un ministro renunciara después que tú revelaste tal cosa. No. Es una cuestión de números, de clics y vistas, eso que hace banal el ejercicio de la profesión. Esa es una presión también que tienen tenemos ahora. De los desafíos empresariales de los

Transcrita por [TurboScribe.ai](#). y posteriormente editada para mejorar la inteligibilidad.

medios... la calidad, la calidad, es un desafío enorme. Y hay un problema con las facultades, hay un problema serio desde el punto de vista de la formación, no solo periodística, sino del conocimiento general que se debe tener en esta profesión. Otro asunto es la organización gremial, hay gremios, pero los periodistas no discuten de lo esencial.